

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Di saat sekarang ini perkembangan teknologi kian pesat, setiap manusia banyak yang memanfaatkan kemajuan perkembangan teknologi guna menunjang kegiatan sehari-hari. Salah satu perkembangan teknologi yang banyak digunakan adalah berupa telepon seluler. Telepon seluler merupakan salah satu alat berbasis teknologi yang digunakan untuk mempermudah komunikasi. Awalnya penggunaan telepon seluler hanya digunakan untuk komunikasi jarak jauh hal ini dikarenakan sebagian besar manusia sudah disibukkan oleh pekerjaan-pekerjaan yang membutuhkan komunikasi cepat dan lebih efisien. Namun dengan seiringnya perkembangan zaman penggunaan telepon seluler lebih banyak digunakan untuk melakukan pencarian informasi dan menunjang aktivitas sehari-hari.

Saat ini banyak merek telepon seluler yang telah beredar di Indonesia dengan bersistem operasi *Android*, seperti Sony Ericson, LG, Evercross, Oppo, dan lain-lain dengan meluncurkan banyak model atau seri yang bervariasi. Semakin banyaknya merek-merek telepon seluler yang beredar maka tingkat persaingan antar perusahaan sejenis pun semakin ketat sehingga memicu setiap perusahaan telepon seluler untuk berlomba-lomba menciptakan telepon seluler yang dapat menarik minat konsumen dan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, perusahaan telepon seluler harus mampu bersaing bagaimana menciptakan sebuah inovasi baru yang dapat memberikan kepuasan bagi pemakai telepon seluler itu sendiri baik dari segi pengoperasiannya, kualitasnya, desainnya dan kelengkapan menu sehingga dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya. Misalnya dengan menambahkan fasilitas-fasilitas seperti kamera, permainan, video, dan berbagai aplikasi yang dapat ditambahkan dalam menu telepon seluler tersebut.

Semakin banyaknya penawaran telepon seluler di Indonesia saat ini akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk. Salah satu perusahaan yang menawarkan telepon seluler adalah PT Samsung Electronic Indonesia dimana perusahaan ini sebagai salah satu produsen telepon seluler terbesar di Indonesia dan masih menjadi *market leader* dalam bisnis telepon seluler serta telah meluncurkan berbagai macam jenis telepon seluler Samsung Galaxy bersistem operasi *Android*. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya tingkat penjualan telepon seluler Samsung Galaxy yang unggul dibandingkan merek telepon seluler bersistem operasi *Android* lainnya. Dibawah ini merupakan Tabel 1.1 yang menunjukkan tingkat penjualan telepon seluler bersistem *Android*.

Tabel 1.1
Tingkat Penjualan Telepon Seluler Bersistem Android

No.	Merk Telepon Seluler	Tingkat Penjualan (Unit)	Market Share (Persentase)
1.	Samsung	100,6 juta unit	23,6%
2.	Nokia	63,2 juta unit	14,8%
3.	Apple	38,3 juta unit	9%
4.	LG	15,6 juta unit	3,7%
5.	ZTE	14,6 juta unit	3,4%
6.	Huawei	11,1 juta unit	2,6%
7.	TCL Communication	8,5 juta unit	2%
8.	Sony Mobile	7,9 juta unit	1,9%
9.	Lenovo	7,7 juta unit	±1,8%
10.	Yulong	7,4 juta unit	1,8%

Sumber: <http://www.tekno-pedia.com/10-vendor-hp-dengan-penjualan-terlaris/>

Berdasarkan tujuan promosi dari Samsung Group bahwa produk Samsung untuk memungkinkan semua orang menggunakan teknologi kami dengan aksesibilitas yang luas, Samsung telah mengembangkan dan

menerapkan berbagai solusi teknis pendukung. Dengan desain intuitif yang mudah dioperasikan dan aksesibilitas, bahkan orang disabilitas pun dapat dengan mudah menggunakan teknologi kami dengan fitur-fitur baru yang menarik ini.

Adanya fitur-fitur dan spesifikasi bervariasi yang memiliki kualitas tinggi, tentunya sangat menyenangkan bagi konsumen karena dapat memilih desain sesuai selera. Adapun kelebihan dari kualitas produk PT Samsung Electronic Indonesia dibandingkan dengan merek lain adalah (<http://www.samsung.com/id/promotions/mobileaccessibility/>):

1. Visi: Samsung menyediakan berbagai fitur inovatif yang memungkinkan Anda membaca dengan mudah dan mengoptimalkan perangkat Anda diberbagai situasi - sekalipun layar tidak dapat dilihat dengan jelas.
2. Pendengaran: Ada banyak cara yang menyediakan 'suara visual' untuk memberi pengalaman baru kepada pengguna yang pendengarannya lemah atau hilang. Saat menggunakan alat bantu dengar, Anda dapat menggunakan beberapa fitur seperti Sound Balance, Mono Audio, Turn Off All Sounds, Flash Notification, Adapt Sound, dan Create Vibration untuk membantu Anda memeriksa pesan yang masuk dan memastikan Anda tidak melewatkan dering telepon atau pemberitahuan suara lainnya.
3. Keterampilan: Jika Anda merasa kesulitan menggunakan berbagai gerakan yang diperlukan oleh perangkat, Anda juga dapat mengontrolnya melalui antarmuka yang intuitif. Anda dapat dengan mudah mengakses berbagai pengaturan melalui pengalaman pengguna yang telah disederhanakan dan praktis.
4. Interaksi: Jika Anda sering membuat sentuhan yang tidak disengaja pada layar, Anda dapat mengontrol respons sentuhan di area tertentu. Teknologi ini membuat kontrol sentuhan Anda di perangkat jadi lebih akurat dan membantu Anda melakukan banyak hal dengan perangkat cukup dengan satu sentuhan.
5. Selengkapannya: Anda tidak harus menyentuh semua menu satu per satu untuk mengubah pengaturan perangkat. Dengan menggunakan fungsi-fungsi dari menu Accessibility, Anda dengan mudah dapat menjawab atau mengakhiri panggilan, dan menampilkan atau menjalankan pintasan dengan menekan tombol perangkat keras.

Dengan adanya kualitas produk yang diberikan oleh PT Samsung Electronics Indonesia, hal ini menjadikan produk PT Samsung Electronic Indonesia itu sendiri kian diminati oleh semua konsumen baik wanita maupun pria mulai dari anak-anak sampai dengan dewasa. Terlebih lagi bagi

konsumen yang merupakan kalangan pekerja yang memiliki mobilitas kerja yang tinggi sehingga membutuhkan telepon seluler yang tidak hanya dapat digunakan sebagai alat komunikasi biasa melainkan juga dapat digunakan sebagai alat penunjang aktivitas kerja mereka. Untuk di Kota Palembang, salah satu konsumen yang memilih menggunakan produk Samsung adalah karyawan pada perusahaan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang. Tentunya karyawan pada perusahaan tersebut tidak langsung menjatuhkan pilihannya untuk membeli telepon seluler Samsung bersistem *Android*, mereka sebelumnya melakukan beberapa pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli.

Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2001:226) “Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat atas merek dan membentuk niat untuk membeli. Biasanya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian.” Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen melalui proses evaluasi dapat dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan, salah satu diantaranya ialah kualitas produk. Kualitas produk yang baik dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian, sehingga konsumen dapat tertarik terhadap suatu produk yang diproduksi suatu perusahaan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut dengan kualitas yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Samsung Galaxy (Studi Kasus: Karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, dapat dirumuskan mengenai rumusan masalah sebagai berikut:

1. Berapa besar pengaruh kualitas produk secara parsial yang terdiri dari kinerja (X_1), keragaman produk (X_2), keandalan (X_3), kesesuaian (X_4), ketahanan (X_5), kemampuan pelayanan (X_6), estetika (X_7), dan kualitas yang dipersepsikan (X_8) terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang?
2. Berapa besar pengaruh kualitas produk secara simultan yang terdiri dari kinerja (X_1), keragaman produk (X_2), keandalan (X_3), kesesuaian (X_4), ketahanan (X_5), kemampuan pelayanan (X_6), estetika (X_7), dan kualitas yang dipersepsikan (X_8) terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang?
3. Kualitas produk manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan permasalahan yang akan dilakukan dalam penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka penulis akan membatasi permasalahan, yaitu pada pengaruh kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ini ditulis dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas produk secara parsial yang terdiri dari dari kinerja (X_1), keragaman produk (X_2), keandalan (X_3), kesesuaian (X_4), ketahanan (X_5), kemampuan pelayanan (X_6), estetika (X_7), dan kualitas yang dipersepsikan (X_8) terhadap keputusan

pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang.

2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas produk secara simultan yang terdiri dari kinerja (X_1), keragaman produk (X_2), keandalan (X_3), kesesuaian (X_4), ketahanan (X_5), kemampuan pelayanan (X_6), estetika (X_7), dan kualitas yang dipersepsikan (X_8) terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang.
3. Untuk mengetahui kualitas produk yang paling dominan terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai masalah yang dikaji yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang.

2. Bagi Instansi/Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy pada karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pembaca untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran serta dapat dijadikan referensi penelitian bagi mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis dimasa yang akan datang.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan pada konsumen pengguna telepon seluler Samsung Galaxy yaitu karyawan Toyota ATUO 2000 Veteran Palembang dengan jumlah populasi sebanyak 50 orang karyawan dan jumlah sampel yang diambil sebanyak jumlah populasi yang ada, yaitu 50 responden.

1.6.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

“Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner” (Umar, 2002:130). Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis langsung dari objek penelitian, yaitu karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner.

2. Data Sekunder

“Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data sekunder disajikan antara lain dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram” (Umar, 2002:130). Dalam penelitian ini, data diperoleh dari studi kepustakaan dan data yang telah diolah oleh pihak Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang, misalnya sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, data karyawan, dan lain-lain.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek yang bersangkutan. Teknik yang dilakukan adalah:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan referensi dicari dengan cara mengumpulkan bahan dari buku-buku literatur, artikel-artikel, dan referensi lainnya untuk memperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan salah alat pengumpul data yaitu berupa Kuesioner. Dimana Yusi dan Idris (2010:8) menyatakan kuesioner adalah “Alat pengumpul data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Dengan menggunakan kuesioner peneliti dapat menghubungi responden-responden yang kadang sulit dijumpai. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka.”

Berdasarkan pengertian tersebut, maka pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden yang berisi daftar pernyataan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian telepon seluler Samsung Galaxy.

1.6.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:61), “Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Dalam penelitian ini populasinya adalah karyawan Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang pengguna telepon seluler Samsung Galaxy yang berjumlah sebanyak 50 responden.

2. Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan

dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi” (Sugiyono, 2013:62). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak jumlah populasi, yaitu 50 responden.

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* dimana teknik yang digunakan adalah berupa sampling jenuh. “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel” (Sugiyono, 2013:68).

1.6.5 Analisis Data

1. Analisis Kualitatif

Menurut Yusi dan Idris (2010:5), “Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik.” Dalam penelitian ini, data kualitatif yang digunakan berupa gambaran keadaan suatu perusahaan.

2. Analisis Kuantitatif

Menurut Yusi dan Idris (2010:4), “Data kuantitatif adalah yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).” Untuk mempermudah dalam menganalisis maka penulis menggunakan program *SPSS for Windows* versi 19.0. Adapun alat analisis yang digunakan, antara lain sebagai berikut:

a. Uji Validitas

“Uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur objeknya. Item dikatakan valid jika ada korelasi dengan skor total. Hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk

kuesioner (dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu). Pengujian validitas item dalam SPSS bisa menggunakan dua metode analisis, yaitu Korelasi Pearson atau Corrected Item Total Correlation” (Priyatno, 2011:117).

b. Uji Reliabilitas

“Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya digunakan menggunakan kuesioner (maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali). Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach Alpha. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas di mana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan batasan 0,6 dapat ditentukan apakah instrumen reliabel atau tidak” (Priyatno, 2011:120).

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Yusi dan Idris (2010:135), “Dalam regresi berganda terdapat satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhinya. Bentuk umum dari regresi berganda adalah:”

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X₁ = variabel bebas pertama yang mempengaruhi

X₂ = variabel bebas kedua yang mempengaruhi

a, b₁, b₂, b₃, ..., b_n = parameter/koeffisien regresi

e = error term

Variabel-variabel dalam penelitian terdiri dari 2 (dua) variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independen*) yaitu Kualitas Produk
2. Variabel Terikat (*Dependen*) yaitu Keputusan Pembelian

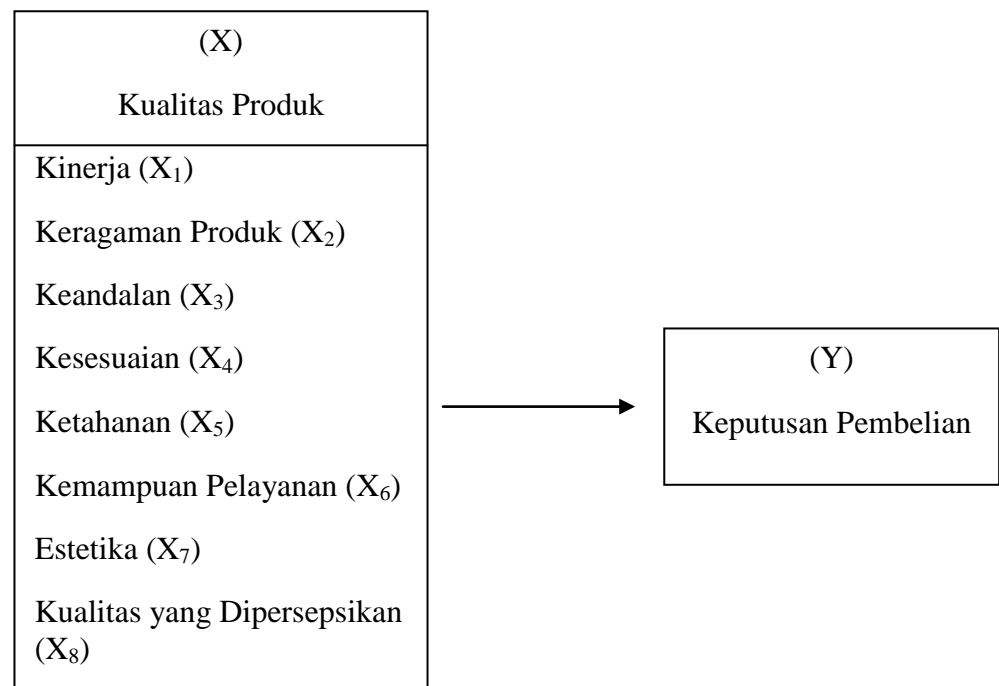
Indikator-indikator yang digunakan dalam variabel-variabel tersebut, yaitu:

A. Variabel Bebas (*Independen*)

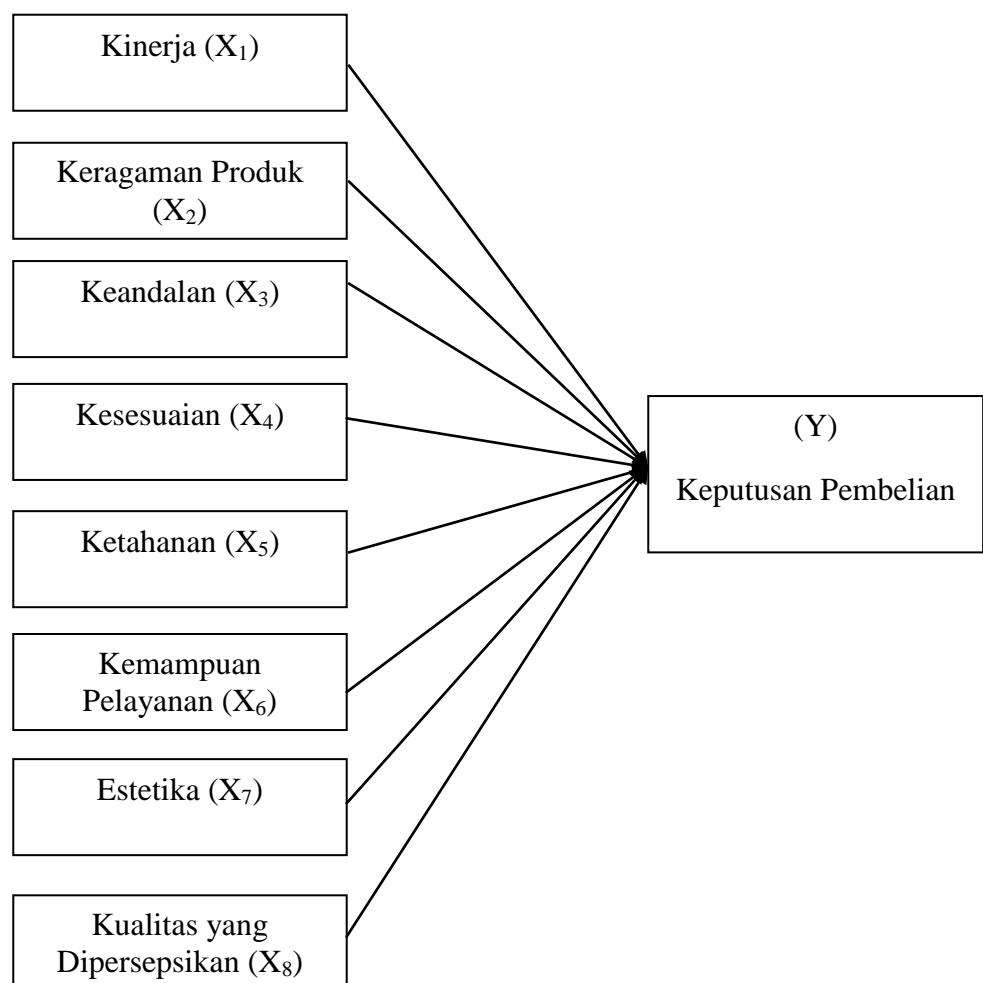
1. Kualitas Produk (X)
 - a. Kinerja
 - b. Keragaman Produk
 - c. Keandalan
 - d. Kesesuaian
 - e. Ketahanan
 - f. Kemampuan Pelayanan
 - g. Estetika
 - h. Kualitas yang Dipersepsikan

B. Variabel Terikat (*Dependen*)

1. Keputusan Pembelian (Y)
 - a. Pengenalan Kebutuhan
 - b. Pencarian Informasi
 - c. Evaluasi Berbagai Alternatif
 - d. Keputusan Membeli
 - e. Perilaku Pasca Pembelian



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual Uji F



Gambar 1.2 Kerangka Konseptual Uji t

d. Skala Pengukuran

Salah satu skala pengukuran yang dapat digunakan berupa skala *Likert* dimana Sugiyono (2008:132) menyatakan:

“Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.”

Tabel 1.2
Skala Pengukuran

No.	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (R)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008:132)

1.7 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dari isi Laporan Akhir secara ringkas dan jelas agar dapat terlihat hubungan antar bab yang satu dengan yang lainnya secara relevan. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

1.4 Tujuan Penelitian

1.5 Manfaat Penelitian

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian

1.6.2 Jenis dan Sumber Data

- 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data
- 1.6.4 Populasi dan Sampel
- 1.6.5 Analisis Data
- 1.7 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Pengertian Pemasaran
- 2.2 Pengertian Produk
- 2.3 Kualitas Produk
 - 2.3.1 Pengertian Kualitas Produk
 - 2.3.2 Dimensi Kualitas Produk
 - 2.3.3 Perspektif Kualitas Produk
- 2.4 Keputusan Pembelian
 - 2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian
 - 2.4.2 Tipe-Tipe Perilaku Keputusan Membeli
 - 2.4.3 Proses Keputusan Pembelian

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

- 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan
- 3.2 Visi dan Misi Perusahaan
- 3.3 Nilai-Nilai Perusahaan
- 3.4 Struktur Organisasi Perusahaan
- 3.5 Uraian Jabatan
- 3.6 Jumlah Karyawan
- 3.7 Profil Responden
- 3.8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
 - 4.1.1 Uji Validitas
 - 4.1.2 Uji Reliabilitas

4.2 Analisis Deskriptif

4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

4.4 Uji F (Uji Secara Bersama-Sama)

4.5 Uji t (Uji Secara Parsial)

4.6 Kualitas Produk yang Paling Dominan Terhadap Keputusan
Pembelian Telepon Seluler Samsung Galaxy Pada Karyawan
Toyota AUTO 2000 Veteran Palembang

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA